浅论融媒体时代电视新闻发展变局

摘　要：随着各种新兴信息传播技术手段的推广运用，互动式、定制式传播方式让受众的自主性地位日益突出，新媒体快速崛起，媒体融合成为趋势。当前，电视新闻如何在竞争激烈的融媒体时代吸收受众、获得发展，已成为业界的一个重要命题。面对新挑战，我们有必要进一步摸清新媒体传播的特点，主动进行电视、PC、移动端的融合，通过多元化的表达方式实现电视新闻的变革和新生。

关键词：融媒体；电视新闻；困局；变革

中图分类号：G220.7　　文献标识码： A

文章编号：1671-0134（2018）05-106-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.05.035

文 / 钟雷

1. 融媒体时代带来的巨大挑战

中国广视索福瑞媒介研究机构关于 2017 年全国电视收视情况的统计报告显示，中国城市电视观众人均每天电视收看时长为 139 分钟，同比下滑 13 分钟，降幅十分明显。而反映电视观众规模的观众日均到达率则下降至 55.7%，较 2016 年同期下降了 4.8 个百分点，降幅是近年来最大的一次。[1]

国家工信部发布的数据，截至 2017 年 6 月，我国网民数量达到 7.51 亿，网络新闻和手机网络新闻用户规模较 2016 年年底分别增长 1.7% 和 4.4%，网络视频用户和手机网络视频用户规模分别增长 3.7% 和 5.1%。

数据上的一进一退充分表明，随着媒体融合进入改革深水区，便捷的移动互联加速了受众分流，传统电视媒体整体上处于下滑态势。电视新闻长期与电视剧、综艺并列为拉动电视收视率的“三驾马车”，但由于电视开机率逐年降低、观众规模逐年收缩的趋势，电视新闻节目“受众流失、影响力下降”日益显现。

2. 新媒体信息传播特点

众所周知，融媒体时代的传播模式变革，主要来自于网络新媒体的催动，在谈电视新闻的发展格局前，有必要先浅析一下新媒体信息传播的基本特点。

2.1 受众身份转化

在电视、报纸、广播作为主流媒体的传统媒体时代，媒介对公众“想什么”与“怎么想”起到了重要的主导作用。随着社会环境愈加开放包容，公众的自主选择需求和自我表达欲望逐渐增强，不再满足于被动地接受信息、服从信息。新媒体强势崛起后，新兴传播手段的推广运用让公众的诉求得到满足。

当前，无论是在 PC 端还是在手机端，各类媒体、社交软件层出不穷，这也催生出个性化信息订制、流媒体弹幕评论、朋友圈分享等各种信息互动方式，让受众在信息传播过程中拥有了更多选择权和参与权，受众角色也从被动的“信息接收者”转变为主动的“信息使用者”。

2.2 碎片化表达

一是信息发布和接收的碎片化。伴随着手持移动端的发展，媒体可以在任何时段、任何地点进行信息的采集和发布，公众也可以在任何时间进行信息的接收和获取，信息传递的时效性得以极度强化；二是视觉呈现的碎片化。以短视频、微视频为代表的新媒体呈现方式，通过时长几秒到几分钟不等的视频传递出多样化的内容，表达十分细碎，在内涵和深度上与传统电视新闻明显对立，在较大程度上满足了现代人对信息获取速率和范围的需求。

3. 电视新闻的创新及坚守

融媒体时代到来后，各类新媒体的传播优势十分突出，但其劣势也非常明显，新媒体平台上渠道混乱、信息杂冗、内涵偏浅、弄虚作假等问题较为突出。在融媒体的广袤世界里，公众仍存在着对权威性、深度性信息的需求，这也为以电视新闻为代表的传统媒体资讯平台留下较大的发展空间。

3.1 打破平台局限，“融”字当先

融媒体时代，电视新闻业者急需摒弃“旁观者”思维，跳出“电视”二字对业务范围、媒体平台的的定位约束。电视新闻的生产不应只再为“电视”服务，而要深度融合新媒体技术手段、传播方式，尽快在电视“大屏”、手机“小屏”等不同平台上完成阵地布局。

央视、湖南卫视、凤凰卫视等强势电视媒体布局较早，已通过开发推广自己的 PC、手机客户端，在融媒体时代抢先站稳脚跟，如央视的“Cbox”客户端。而相对弱势的其他省级、地市级电视台面对残酷的竞争，则纷纷采取联盟矩阵、抱团取暖的方式争取发展。如四川广播电视台以“四川观察”客户端为平台，与省内各市州广播电视台共同打造“直播四川联盟”。

目前，各级广播电视台都在不同程度上利用媒体融合技术拓展新闻的采集方式和发布平台，媒体融合对电

视新闻新生起到的载体作用已愈加明显。

3.2 变革新闻模式，“效”既章法

媒体融合之后，由于受众的范围和特质都发生巨大改变，电视新闻的制播方式便要有所变革。这场变革的关键就在于达到传播实效，为此，电视新闻的制播过程应立足以下三个原则进行创新实践。

3.2.1 面向电视“大屏”，坚持“表达创新”原则

“地球不爆炸，我们不放假，宇宙不重启，我们不休息，风里雨里节日里我们都在这里等着你。没有四季，只有两季，你看就是旺季，你换台就是淡季。”2017 年 1 月 26 日晚，央视新闻频道主播朱广权在播报《一路回家 · 2017 春运》这一组新闻时，不再正襟危坐，而是采用网络段子一般的语言，以极其幽默亲民的方式同观众进行倾诉，这让他一时间蹿红网络，受到受众的喜爱。“段子手”朱广权的案例说明，在最不缺信息的融媒体时代，独辟蹊径、极富个性的表述方式有利于电视新闻在大量同质化的资讯海洋中脱颖而出。

此外，贴合时代语境也是表达创新的一个关键点。近年来，央视《新闻联播》栏目在报道中央领导人重要讲话时会加入字幕进行说明提示；在总结民生大事时，常用三维图表对关键数据进行对比展示；在解读政策方针时，加入动画人物和网络流行语进行生动演绎。这些具有明显时代特征的表达方式让传播的信息更加清晰明了、饶有趣味。从社会心理学的角度看，人们往往习惯于在相似语境中寻找认同，若能积极地将新兴的编辑手段、受众所习惯的表述方式运用于新闻表达，有利于电视新闻节目扣准受众喜好，培养受众群体。

3.2.2 面向手机“小屏”，坚持“轻剪辑、深阅读”原则

移动端的受众有着“短”“快”“精”的收视需求，我们需将重大新闻事件中最精彩的画面精剪为 1~2 分钟的短视频，同时配发大量图文补充内涵、延展信息。这样便可让受众利用最短的闲暇在尽量早的时间看到第一手新闻信息，央视的“V”系列短视频便是以此取胜。

央视从 2014 年起，先后推出了“V 观”“最新闻”等时政新闻微视频栏目，第一时间传递国家领导人声音，直击国内外突发事件第一现场。一组数据可以看出央视“V”系列微视频的受欢迎程度：2016 年全国两会，共发布 1142 条“V 观两会”微视频，总阅读量 13.5 亿次；2016 年 G 20 杭州峰会，共发布 91 条“V 观 G 20”微视频，总阅读量 2.2 亿次……[2] 令人咋舌的阅读量充分说明，拥有视频制作的技术、人才优势的主流电视媒体，只要用好用活“轻剪辑、深阅读”的原则，“短”“快”“精”地展开信息推送，则可以在新媒体中展现出强大竞争力。

3.3.3 坚持“网台联动直播”的原则

在电视新闻节目中引入网络直播模式，实现网台联动，是一种扩大节目传播范围、优化传播效应、提高传播时效的有益途径。

电视新闻栏目在采访、播报重大事件、热点话题、突发新闻时，不妨先行通过手机直播，将来自第一现场的视频、图片、文字信息发布在移动端，并与受众进行随时随地的互动，待后期文编、电编程序都完成后再由电视平台进行全面报道、深度报道，这样既能弥补传统电视新闻直播对设备要求高、准备周期长、现场到达率低等不足，又能在最大程度上保障新闻时效性和受众参与性，创造电视新闻在多平台上的传播优势。

3.3 坚持主流价值，内容为王

当前，网络媒体及平台上，内容媚俗、原创不足、诚信缺失等问题十分突出，公众对获取优质内容和正面价值的迫切需求一直存在着。有调查显示，2017 年里，70% 左右的受众把以网站、手机 APP 为代表的新媒体作为获取外界信息的第一信息源，但同时有 70% 左右的民众将以报纸、电视为代表的传统媒体视为最可信赖的信息源。[3] 这表明，虽然大批受众在通过新媒体接收信息，但传统媒体的社会话语影响力仍然巨大，“内容为王”依旧是支撑媒体行业发展的基石。

着眼于当前，“内容为王”的核心便是对主流价值的坚持和对生产形式的创新，具体到采编行为上就是要加强新闻策划，提高新闻资源的整合能力，力求在新闻的权威发布、深度发掘、精准解读上有新提升；及时梳理民意，在社会热点的快速反应、深度分析、有效引导上有新突破；注重新闻主题提炼，提高网络易传性，找到传统媒体和新媒体发布的结合点；坚守服务群众属性，强化媒体责任意识，讲好百姓故事，唱好时代旋律。只有如此，电视新闻才能在繁杂的信息洪流中立于不败之地。

结语

在日新月异、瞬息万变的融媒体时代，新闻传播业态不断变革，电视新闻在发展道路上面临的挑战将会越来越多。但拨云见日，我们也能看见生机所在，那就是“有所变有所不变”。变的是技术手段、表达方式、传播模式，不变的是对主流价值、对社会主义新闻事业信仰的坚守。面对未来，只要找准传播规律，顺应时代变化，扣住受众需求，积极主动地将“融”字贯穿始终，电视新闻仍可华丽转身，大有所为。媒

参考文献

[1] 封翔 . 2017 年全国电视收视市场回顾 . [J]. 收视中国，2018（3）.

[2] 杨骁 . 一体设计 双屏互动 原创制胜 [N]. 中国新闻出版广电报，2016-11-16（5）.

[3] 邹海涛 . 对融媒体时代“内容为王”的思考 . [J]. 今传媒，2017（11）：156-157.

（作者单位：四川省资阳广播电视台）